

PERSEPSI PELANGGAN MAJALAH BAHASA JAWA

“PANJEBAR SEMANGAT” DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

VERAWATI PERSIANA DEWI

NPM. 0943010061

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2013

PERSEPSI PELANGGAN MAJALAH BAHASA JAWA PANJEBAR  
SEMANGAT DI SURABAYA

Oleh :

VERAWATI PERSIANA DEWI

NPM. 0943010061

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 18 Juli 2013

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 196412251993092001

Juwito, S.Sos, M.Si  
NPT. 367049500361

2. Sekretaris

Drs. Kusnarto, M.Si  
NIP. 195808011984021001

3. Anggota

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 196412251993092001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
195507181983022001

POLA KOMUNIKASI ORANG TUA TUNGGAL DALAM MEMBENTUK  
KECERDASAN EMOSI REMAJA

Oleh :

WIYANTI PUTRI

NPM. 0943010145

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 19 Juli 2013

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 196412251993092001

Ir. Didiek Tranggono, M.Si  
NPT. 1951225199001 1001

2. Sekretaris

Dra. Dyva Claretta, M.Si  
NPT. 3 6601 94 00251

3. Anggota

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 196412251993092001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
195507181983022001

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengambil judul “PERSEPSI PELANGGAN MAJALAH BAHASA JAWA PANJEBAR SEMANGAT DI SURABAYA” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan, bimbingan dan dorongan oleh beberapa pihak. Pada kesempatan ini penulisan mengucapkan banyak terimakasih yang terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur, atas dedikasinya yang beliau berikan kepada seluruh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional.
2. Dra. Hj. Suparwati, MSi sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Juwito, S.sos, MSi sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Drs. Saifuddin Zuhri, MSi sebagai Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur .
5. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi maupun Staff Karyawan FISIP UPN “Veteran” pada umumnya.
6. Orang Tua saya yang telah memberikan dukungan dana dan doa.
7. Nenek saya, yang telah memberikan dukungan doa dan semangat.
8. Serta om dan tante saya yang telah bersedia mengantar jemput saya ke kampus dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kakak – adikku Ainur dan Yunia yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat saya yang telah mendukung khususnya kepada Yulinda, Mutiara, Wiyanti Putri, Made Adelia, Wanda Yuanita, Fida, iir, Titris dan gale tri wahyudi.
11. Seluruh teman-teman seangkatan 2009 khususnya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan proposal ini. Besar harapan penulis, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

Surabaya, Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa .....	15
2.2.2. Media Cetak .....	18
2.2.3 Panjebur Semangat .....	19
2.2.4 Persepsi .....	21
2.2.5 Hal-hal Yang Mempengaruhi Persepsi .....	23
2.2.6 Proses Terjadinya Persepsi.....	26
2.2.7 Proses Persepsi .....	27

2.2.8 Pelanggan .....	28
2.2.9 Persepsi Dan Budaya .....	29
2.3. Teori Atribusi .....	30
2.4. Kerangka Berfikir .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	34
3.2. Majalah Panjebar Semangat .....	35
3.3. Persepsi .....	36
3.4. Informan .....	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6. Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Objek Penelitian .....	42
4.1.1. Sejarah Majalah Panjebar Semangat .....	42
4.1.2. Gambaran Umum Majalah Panjebar Semangat .....	44
4.1.3. Identitas Informan .....	46
4.2. Penyajian Data .....	48
4.2.1. Analisis Data .....	48
4.2.2. Hasil Wawancara .....	49
4.2.2.1. Deskripsi Persepsi Pelanggan Secara Umum Terhadap Majalah Bahasa Jawa Panjebar Semangat .....	49
4.3. Pembahasan .....	60

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Saran .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## ABSTRAK

VERAWATI PERSIANA DEWI, PERSEPSI PELANGGAN MAJALAH BAHASA JAWA “PANJEBAR SEMANGAT” DI SURABAYA.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap majalah bahasa jawa Panjebur Semangat di surabaya. Karena Panjebur Semangat ini adalah majalah mingguan berbahasa jawa yang terbit pertama kali pada 2 september 1933 yang kurang lebih sudah 80 tahun, namun tetap eksis hingga sekarang. Panjebur Semangat ini didirikan oleh Dr, Soetomo, tokoh pendiri Budi Utomo sebagai salah satu media yang digunakan untuk perjuangan kemerdekaan indonesia.

Penelitian ini menggunakan teori atribusi, serta metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif agar dapat menjelaskan fenomena secara lebih mendalam dan jelas.

Dari data yang dianalisis, maka dapat disimpulkan persepsi pelanggan di surabaya yang diwakili para informan, secara umum berpendapat bahwa majalah bahasa jawa Panjebur Semangat ini mengandung unsur positif yang selalu menjunjung tinggi nilai budaya jawa. Dan tetap ingin majalah ini eksis hingga nanti.

Kata kunci : Persepsi, Pelanggan, majalah bahasa jawa, Panjebur Semangat.

VERAWATI PERSIANA DEWI, CUSTOMERS PERCEPTION OF JAVANESE MAGAZINE PANJEBAR SEMANGAT IN SURABAYA.

The purpose of this reserch is to know the customers perception of javanese magazine panjebur semangat in surabaya. Because, panjebur semangat is weekly magazine with javanise language, first published on 2<sup>th</sup> september 1933 is more or less already 80<sup>th</sup> years old. But this javanese magazine is still exist until now. Panjebur semangat is published by Dr. Soetomo, founder by Budi Utomo as witch one media used for the struggle indonesian independence.

This research uses the attribution theory, as well as the research method used is descriptive qualitative order to explain the phenomenon in more depth and clear.

From the data were analyzed, so can we conclute the customers perception in surabaya, represented by the informant in general opinion about this java magazine panjebur semangat contain positive element is always upholding the values of javanese culture. And keep want this magazine can exist until leter.

Keywords: Perception, Customers, Javanese Magazine, Panjebur Semangat.

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era informasi sekarang ini, peran dan fungsi media massa menjadi sangat penting sebagai sumber informasi utama. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk mendapatkan gambaran dan citra realitas sosial, tapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan. (McQuail, 1987:3).

Harold laswell mengemukakan bahwa dalam prakteknya media massa melaksanakan empat fungsi, diantaranya : Pertama, media memberi kita informasi tentang lingkungan sekitar (surveillance). Kedua, media massa menjadi tempat pelarian kita untuk melepas ketegangan yang terus menerus dan dari masalah-masalah yang menghimpit serta sarana untuk melepas perasaan (escapel diversion). Ketiga, media merupakan sarana untuk menunjukkan kepribadian, meneliti realitas dan memperkuat nilai (identitas pribadi). Keempat, media memenuhi informasi yang berhubungan dengan lingkungan sosial kita atau lingkungan sosial yang lainnya. Berdasarkan berbagai fungsi yang ditawarkan media massa tersebut, menjadikan penggunaan media pada setiap individu berbeda-beda bergantung pada kebutuhan, minat dan motif yang melatarbelakanginya.

Pemilihan penggunaan media oleh individu, dikatakan berguna jika kebutuhan individu itu dapat terpenuhi oleh media yang dipilih untuk digunakannya.

Pengertian Media massa sebagai penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Definisi media massa kata media massa berasal dari medium dan massa, kata "medium" berasal dari bahasa latin yang menunjukkan adanya berbagai sarana atau saluran yang diterapkan untuk mengkomunikasikan ide, gambaran, perasaan dan yang pada pokoknya semua sarana aktivitas mental manusia, kata "massa" yang berasal dari daerah Anglosaxon berarti instrumen atau alat yang pada hakikatnya terarah kepada semua saja yang mempunyai sifat massif. Tugasnya adalah sesuai dengan sirkulasi dari berbagai pesan atau berita, menyajikan suatu tipe baru dari komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan fundamental dari masyarakat dewasa ini.

Media massa merupakan suatu penemuan teknologi yang luar biasa, yang memungkinkan orang untuk mengadakan komunikasi bukan saja dengan komunikan yang mungkin tidak pernah akan dilihat akan tetapi juga dengan generasi yang akan datang. Dengan demikian maka media massa dapat mengatasi hambatan berupa pembatasan yang diadakan oleh waktu, tempat dan kondisi geografis. Penggunaan media massa karenanya memungkinkan komunikasi dengan jumlah orang yang lebih banyak.

Pada dasarnya media massa memiliki tiga jenis-jenis media diantara lain, media massa elektronik, media massa cetak, dan media massa baru (online). Tetapi dalam penelitian ini lebih mengarah kepada media cetak yang melatarbelakangi penelitian ini. dengan demikian adanya pengertian dari media cetak antara lain.

Pengertian media cetak bagi masyarakat masih dipahami secara sempit. Banyak orang beranggapan bahwa media cetak sama dengan pengertian surat kabar atau majalah. Padahal, jika diurai maknanya secara mendalam, media cetak tidak terbatas pada dua jenis media itu saja.

Secara harfiah pengertian media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang didalamnya berisi informasi yang terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja.

Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat disamping media elektronik dan juga media digital. Ditengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya, yakni media elektronik dan media digital. Meski demikian, bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang dibawahnya.

Dari pengertian media cetak tersebut, Nampak ada keunggulan media ini dibandingkan dua pesaing tersebut. Media cetak bisa menyampaikan sebuah informasi detail dan terperinci. Sementara untuk media elektronik dan digital, mereka lebih mengutamakan kecepatan informasi. Sehingga tak jarang informasi yang disampaikan lebih bersifat sepotong dan berulang-ulang.

Salah satu contoh media cetak adalah majalah. Beragam jenis majalah yang bermunculan sesuai dengan pangsa pasarnya. Ada beberapa jenis majalah, seperti majalah untuk wanita, majalah untuk anak-anak, majalah untuk dewasa dan berbagai jenis lainnya. Berbeda dengan jenis majalah lain, terutama majalah berbahasa Indonesia yang penerbitnya marak saat ini, media massa berbahasa daerah kini makin merana, khususnya majalah berbahasa jawa. Masyarakat yang masih menggunakan bahasa jawa sebagai bahasa keseharian masih ada meski tidak dapat dikatakan banyak dibandingkan dengan masyarakat suku jawa itu sendiri. Hal ini disebabkan penggunaan bahasa jawa dalam komunikasi sehari-hari makin berkurang dalam kehidupan keluarga muda di jawa. Bahasa sehari-hari lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia. Generasi-generasi muda yang diharapkan menjadi penerus penutur bahasa jawa, justru tidak bisa berbahasa jawa. (W.Tjiptowardhono, 2001)

Dari 265 SIUPP ( Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers ) yang telah diterbitkan Deppen hingga tahun 1993, jumlah penerbitan majalah berbahasa daerah sangat terbatas. (Junaedhie, 1995:325). Saat ini hanya ada empat majalah mingguan berbahasa jawa yang masih “hidup” di Indonesia. Majalah-majalah tersebut adalah Panjebar Semangat (PS) dan Jaya Baya (JB) yang hidup di Surabaya,

DJoko Lodang (DL) dan Mekar Sari (MS) dari Yogyakarta. Semua majalah tersebut menggunakan bahasa jawa ngoko seperti bahasa tulis ragam resmi yang dipakai di Yogyakarta dan Surakarta (Jawa Tengah). Jika ditotal pelanggan keempat majalah itu cumin sekitar 40.000an orang. Tahun 1990 pernah terbit tabloid dengan gaya isi populer bahasa jawa untuk menarik kalangan anak muda, bernama Jawa Anyar tapi tidak berumur panjang. Sementara itu, majalah berbahasa jawa yang terbit di Surabaya menggunakan bahasa jawa dialek Suroboyo-an yang khas dalam percakapan sehari-hari.(W.Tjiptowardhono, 2001).

Salah satu majalah berbahasa jawa yang berusia paling tua adalah Panjebar Semangat (PS).Majalah ini terbit pertama kali pada tanggal 2 September 1933 di Surabaya. Pendirinya dr. Soetomo, yang dikenal sebagai pendiri Boedi Oetomo. PS merupakan perusahaan keluarga yang bernama PT. Pancaran Semangat Jaya. Diterbitkan dengan tujuan untuk mengobarkan semangat nasionalisme guna mencapai kemerdekaan. Majalah ini juga sering memuat tulisan-tulisan para pejuang seperti SK Trimurti, Maria Ulfah santoso, RM Soedarjo Tjokrosisworo. (Junaedhie, 1995:326)

Majalah Panjebar Semangat mempunyai competitor utama dengan sesama majalah berbahasa jawa lain. Majalah jayabaya terbit di Kediri tanggal 1 Desember 1945 sebelum akhirnya pindah ke surabaya tahun1950. Penerbitnya adalah Yayasan penerbit Djojoboyo, dimana sekarang manajemennya diambil alih oleh jawa pos. Jayabaya memiliki segmen yang sama dengan majalah Panjebar Semangat, yaitu orang-orang yang peduli dan fanatik terhadap perkembangan bahasa jawa. Karena itu, dalam pemasarannya, kedua majalah tersebut bersaing

ketat. Panjebur Semangat unggul di daerah Jakarta, Jawa Tengah dan Lampung. Sementara jayabaya menguasai pasar Jawa Timur, terutama di daerah Surabaya itu sendiri. (wawancara dengan staf redaksi, M. Wijotoharjo).

Dalam hal rubrik, majalah panjebur semangat lebih bervariasi daripada jayabaya. Karena format majalah ini merupakan majalah umum dan mempunyai segmen umum. Ibarat restoran, majalah Panjebur Semangat memenuhi bermacam-macam selera pembacanya. Rubrik yang tetap ada dari dulu terbit sampai sekarang diantaranya pangudarasa (tajuk rencana), Sari Warta (berita pendek), crita rakyat (cerita rakyat), Crita Sambung (cerita bersambung), Kawruh Agama islam (pengetahuan agama islam), Opo Tumon (cerita lucu), Alaming lelembut (cerita misteri) dan sebagainya. Sementara rubrik yang mengalami perkembangan dan penyempurnaan adalah Glanggang Remaja (artikel untuk remaja) yang ada sejak tahun 1983 dan diantara rubrik-rubrik yang baru adalah Astrologi (ramalan bintang), Cangkriman Prapatan PS (teka teki silang), Sing Njlonet (foto kiriman pembaca) dan lain-lain.

Meskipun penampilan yang kurang menarik dibandingkan majalah-majalah lain, majalah Panjebur Semangat mempunyai sejumlah pelanggan yang setia membacanya. Seperti sudah dijelaskan sebelumnya, hal ini tidak terlepas dari motif yang mendasari para pelanggan untuk tetap membaca majalah Panjebur Semangat. Mempertahankan hingga menginjak usia 80 tahun merupakan waktu yang cukup untuk membuktikan kesetiaan para pelanggannya. Hal ini tentu saja sangat diharapkan oleh pihak majalah Panjebur Semangat, karena jauh lebih mudah mempertahankan pelanggan lama daripada memperoleh pelanggan baru.

Karena itulah, penciptaan strategi untuk membangun dan mempertahankan merek harus menjadi prioritas majalah Panjekar Semangat, salah satunya dengan mengetahui berbagai motif yang mendasari para pembaca tetap menyukai dan memilih majalah Panjekar semangat.

Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda khususnya tentang majalah panjekar semangat. Sebagian orang telah mengenal majalah ini hingga tidak sedikit yang menjadi pelanggan setia, tetapi sebagian orang belum mengenal bahkan tidak mengetahui majalah bahasa jawa panjekar semangat ini.

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat resptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera.

Dengan kata lain, persepsi adalah proses yang meyangkut pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan proses integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

<http://www.pengertiandefinisi.com/2012/01/pengertianpersepsi.html>(8maret2013)



Gibson (1989) juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi sering kali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Anak-anak, remaja, dan orang dewasa juga memiliki persepsi yang berbeda setiap individunya. Hal ini wajar, karena setiap orang bebas untuk berpendapat. Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengetahui persepsi pembaca yang khususnya ditujukan untuk pelanggan majalah bahasa Jawa Panjebar Semangat. Karena pelanggan sendiri sangat berperan penting dalam perkembangan dan bertahannya majalah ini dalam persaingan di tengah tantangan zaman saat ini.

Dizaman modern sekarang ini, semenjak ilmu pengetahuan telah berkembang dengan pesatnya, terutama psikologi dan ilmu pendidikan, maka fase-fase perkembangan manusia telah diperinci dan ciri-ciri serta gejala-gejala yang tampak pada setiap fase perkembangan yang dipelajari secara mendalam. Didalam penelitian ini, peneliti memilih Pelanggan sebagai nara sumber karena pelanggan bisa memberikan penjelasan lebih detail dan secara rinci dalam menilai majalah bahasa Jawa Panjebar Semangat ini. Karena semakin lama pelanggan membaca dalam setiap minggunya dalam jangka waktu yang lama, maka pelanggan tersebut bisa menyampaikan kekurangan dan kelebihan yang ada di majalah berbahasa Jawa Panjebar Semangat ini dengan selengkap-lengkapnyanya. Serta bisa membedakan kualitas majalah dari dulu hingga saat ini.

Majalah Panjekar Semangat sendiri diterbitkan di Surabaya, dengan demikian peneliti memilih kota Surabaya sebagai lokasi penelitian. Kali ini yang mendasari peneliti untuk meneliti pelanggan setia yang tinggal di kota Surabaya.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penulisan adalah :

Bagaimana persepsi pelanggan majalah bahasa Jawa “Panjekar Semangat” di Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui persepsi pelanggan majalah bahasa Jawa Panjekar Semangat di Surabaya.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis :

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian mengenai masalah persepsi pelanggan majalah berbahasa Jawa “Panjekar Semangat” di Surabaya.

## 2. Manfaat Praktis :

Secara praktis dapat memberikan masukan bagi pihak majalah Panjebar Semangat mengenai persepsi apa saja yang sudah para pembaca berikan, untuk lebih bisa menarik konsumen baru agar lebih mengenal jauh tentang majalah Panjebar Semangat di Surabaya